

INTISARI

Seiring dengan perkembangan zaman pertumbuhan ekonomi juga semakin pesat di Indonesia, sehingga banyak persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut perusahaan untuk lebih peka, kreatif, dan inovatif. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga, kualitas produk dan *brand image*. Setiap akan melakukan keputusan pembelian, konsumen melakukan evaluasi mengenai sikapnya. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada produk AMDK merek Cleo

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kausal Komparatif, sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen, Regresi linear berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji *Goodness of Fit*,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AMDK merek Cleo (2) variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AMDK Merek Cleo (3) Variabel *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AMDK merek Cleo.

Kata Kunci : harga, kualitas produk, *brand image*, keputusan pembelian

ABSTRACT

Along with the current development, the economic growth is also growing rapidly in Indonesia, so it has made the competition becomes more competitive. This condition requires the company to be more sensitive, creative, and innovative. Some factors which influence customer purchasing decisions is price, product quality, and brand image. Every time a customer conducts a purchasing decision, customer will conduct evaluation about his or her attitude. One of the advantages in this competition mainly is product quality that can meet the consumer desire. This research is aimed to analyze the influence of price, product quality and brand image to the purchasing decisions on brand bottled water products Cleo brand.

This research is a Causal Comparative study, the research samples are 100 people. The data collection is done by issuing questionnaires premises. The data analysis technique has been done by using test instruments, multiple linear regression, classic assumption test, Goodness of Fit test.

The results of this research indicates that (1) price give significant and positive influence to the purchasing decisions of bottled water products Cleo brand, (2) product quality give positive and significant influence to the purchasing decisions on bottled water products Cleo brand, (3) brand image give positive and significant influence to the purchasing decision on bottled water products Cleo brand.

Keywords: price, product quality, brand image, purchasing decision